



# Servizio Agricoltura, Forestazione e Pesca



*Ancona 3 febbraio 2011*



# I disciplinari approvati:



Cereali  
DGR n. 112  
02/02/09



Carni suine fresche e  
trasformate  
DGR n. 1104  
06/07/09



Molluschi  
DGR n. 1002  
28/07/08



Ristorazione  
DGR n. 1724  
26/10/09



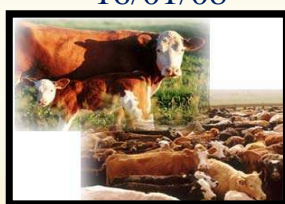
Miele  
DGR n. 796  
17/05/10



Latte crudo e  
Latte fresco di alta qualità  
DGR n. 109  
02/02/09



Carni bovine - disciplinare  
Bovinmarche Reg. CE 1760  
DDPF n. 4 CSI\_10  
16/01/08



Carni ovine  
DGR n. 197  
16/02/2009



Produzioni biologiche  
DDPF n. 98 CSI\_10  
23/03/09



Ittico  
DGR n. 16  
14/01/08



Olio extravergine di oliva  
oli monovarietali  
DGR n. 514  
07/04/08



Prodotti lattiero-caseari  
DGR n. 1385  
07/09/09



Agriturismo  
D.G.R. n. 2148  
21/12/2009



Ortofrutta  
D.G.R. n. 246  
09/02/2010





# Organismi di Controllo - “QM”





# Come ottenere la licenza d'uso "QM"



**1**  
Presentazione  
modello domanda  
"QM" alla Regione  
Marche

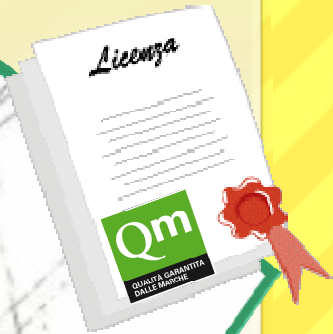


**2**  
Presentazione  
modello  
domanda  
all'ASSAM per  
Si.Tra.

**3**  
Assogettamento  
ad uno degli OdC  
previsti dal  
marchio "QM"

**4**  
Stipula  
Convenzione con  
la Regione Marche  
PF Competitività e  
Sviluppo  
dell'Impresa  
Agricola

**5**  
Rilascio  
licenza d'uso del  
marchio "QM"



# Per i nuovi prodotti e servizi

L'operatore chiede alla Regione di iscrivere il nuovo prodotto o servizio

L'operatore presenta già una propria proposta di disciplinare

L'operatore chiede che il disciplinare sia predisposto dall'Assam

L'Assam costituisce un focus group coinvolgendo le organizzazioni professionali, i consumatori, il mondo scientifico e le imprese agricole ed agroalimentari in base alla specificità del prodotto o servizio

Il focus group redige il disciplinare o valuta quello eventualmente proposto dall'operatore

L'Assam invia il disciplinare alla Regione attestandone la conformità alle linee guida regionali

La Giunta Regionale approva il disciplinare



# I numeri dei diversi settori



Filiera	N. Concessionari con licenza	N. Convenzioni	N. richiedenti	OdC
<b>Cereali</b>	3	10	12	4
<b>Latte</b>	2	2	2	4
<b>Carni bovine</b>	1	1	1	1
<b>Carni suine</b>	1	1	1	3
<b>Carni ovine</b>	0	0	0	3
<b>Ortofrutta</b>	0	2	3	3
<b>Ittica</b>	1	1	1	4
<b>Molluschi</b>	0	0	0	3
<b>Olio</b>	0	1	1	4
<b>Ristorazione</b>	0	0	1	3
<b>Agriturismo</b>	0	0	0	2
<b>Miele</b>	0	0	0	1
<b>Biologico</b>	2	2	5	2
<b>Lattiero caseari</b>	0	0	0	2
<b>Prodotti complessi</b>	0	0	1	1
<b>Totali</b>	<b>10</b>	<b>20</b>	<b>28</b>	<b>6</b>



# Le filiere certificate



## FILIERA CEREALI

CONCESSIONARIO	az. agricola	centro stoccaggio	molino	pastificio	fornitore uova
Agriconero	4	2	1	0	-
Marcozzi	1	1	1	1	1
Tuttagricoltura	1	-	-	-	-

## FILIERA BIOLOGICA

CONCESSIONARIO	az. agricola	centro stoccaggio	molino	panificatore
Gastreghini	4	1	1	1

## FILIERA CARNI BOVINE

CONCESSIONARIO	allevamento	impianto macellazione laboratori sezionamento	mangimifici	punti vendita
Bovinmarche	112	21	4	67

## FILIERA LATTE

CONCESSIONARIO	allevatori	centro di trattamento confezionamento	trasportatori
Latte Marche (latte crudo) Cooperlat (latte alta qualità)	8	1	3



# PSR - Filiere Regionali



## Filiera carni bovine

- [BOVINMARCHE ALLEVATORI MARCHIGIANI SOC.COOP.CON.S.ARL](#)  
n. 134 soggetti

## Filiera carni suine

- [SUNMARCHE O.P. SOC. COOP. ARL](#)  
n. 76 soggetti

## Filiera cereali

- [Il Biroccio Coop Agr.](#)  
n. 735 soggetti
- [Consorzio Agrario Provinciale AN](#)  
n. 2421 soggetti

## Filiera latte

- [Cooperlat Soc. Coop. Agr.](#)  
n. 37 soggetti

## Biologico

- [Consorzio Marche Biologiche](#)  
n. 238 soggetti





# PSR - Filiere Locali

- **Totale n. 7 manifestazioni di interesse presentate**
- **Soggetti coinvolti:**
  - n. 451 aziende agricole
  - n. 3 molini
  - n. 3 pastifici
  - n. 1 panificio
  - n. 1 stoccatore
  - n. 15 trasformatori
  - n. 2 primi acquirenti
  - n. 14 aziende zootecniche
  - n. 1 impianto di macellazione
  - n. 1 mattatoio



## PSR – MISURA 132



### Spese ammissibili



- costo iniziale d'iscrizione all'odc
- quota annuale corrisposta annualmente all'odc;
- quota legata al quantitativo assoggettato al controllo;
- quota per eventuale controllo di secondo livello;
- eventuali analisi necessarie alla certificazione.

Sono ammissibili anche i costi di certificazione delle produzioni biologiche in quanto non sono stati presi in conto per il calcolo delle compensazioni di cui alla misura 214.

Non sono ammissibili quelli relativi ai prodotti compresi nel DM 29.07.2009 applicativo dell'art. 68 del Reg. CE n. 73/2009.



## ENTITÀ ED INTENSITÀ DEGLI AIUTI



Il sostegno è concesso in forma di contributo a fondo perduto con una intensità di aiuto del 70% del costo totale ammissibile all'aiuto (al netto di IVA).



## DOTAZIONE FINANZIARIA UTILIZZABILE

### FILIERE REGIONALI

<b>CARNI BOVINE</b>	<b>400.000</b>
<b>LATTE BOVINO</b>	<b>300.000</b>
<b>CARNI SUINE</b>	<b>200.000</b>
<b>CEREALI</b>	<b>800.000</b>
<b>PRODUZIONE BIOLOGICA</b>	<b>1.000.000</b>

### FILIERE LOCALI

<b>FILIERE CON FATTURATO &gt; 4 MILIONI DI €</b>	<b>800.000</b>
<b>FILIERE CON FATTURATO &gt; 2 MILIONI DI €</b>	<b>400.000</b>
<b>FILIERE CON FATTURATO &gt; 100.000 €</b>	<b>200.000</b>



## PSR – MISURA 133



QUALITÀ GARANTITA  
DALLE MARCHE



**Azioni di informazione:** iniziative finalizzate ad accrescere la conoscenza di operatori, tecnici e consumatori sui processi produttivi e sulle attuali tecniche agricole, nonché sulle proprietà qualitative, nutrizionali e organolettiche dei prodotti tipici e di qualità.

### **Interventi ammissibili :**

- informazione sui sistemi qualità;
- diffusione di informazioni e conoscenze tecnico-scientifiche;
- educazione alimentare nelle scuole;
- attività finalizzate alla conoscenza diretta dei luoghi e del territorio di produzione e dei metodi di lavorazione dei prodotti.



**Azioni promozionali:** rivolte prevalentemente agli operatori del settore (buyers, ristoratori, stampa e opinion leader) a sostegno della fase di commercializzazione.

**Interventi ammissibili:**

- ricerche di mercato e sondaggi d'opinione;
- partecipazione e organizzazione di eventi/esposizioni, fiere o altre iniziative nel settore delle relazioni pubbliche;
- iniziative di presentazione alla stampa nazionale ed estera;
- promozione verso operatori economici, compresi gli esercenti di attività ricettive, di ristorazione, agrituristiche e turistiche;
- realizzazione di materiale promozionale, oggettistica e gadget finalizzati a tali interventi.



**Azioni promozionali a carattere pubblicitario:** sono volte a indurre il consumatore all'acquisto di un determinato prodotto. Comprendono le azioni pubblicitarie rivolte ai consumatori nei punti vendita purché non siano orientate in funzione di marchi commerciali.

**Interventi ammissibili:**

- attività finalizzate a promuovere la conoscenza e la diffusione dei prodotti presso i consumatori attraverso mezzi di comunicazione (stampa, radio-televisione, internet, cartellonistica);
- realizzazione e distribuzione di materiali a carattere informativo-pubblicitario;
- attività pubblicitarie a carattere dimostrativo effettuate presso eventi, mostre mercato e punti vendita.



# Non dimenticare che...



**Tutto il materiale informativo, promozionale e pubblicitario è preventivamente verificato dalla Regione per accertare che:**

1. la promozione sia basata sulla qualità dei prodotti, sugli specifici metodi di produzione, sugli elevati standard del benessere degli animali e sul rispetto dell'ambiente garantiti dai SQ;
2. le azioni siano rivolte al mercato interno dell'Unione Europea;
3. le attività non riguardino particolari marchi commerciali;
4. le attività non inducano i consumatori ad acquistare un prodotto in virtù della sua origine (ad eccezione di DOP e IGP);
5. i prodotti oggetto del sostegno siano ricompresi nei sistemi di qualità di cui all'art. 22 del Reg. (CE) 1974/06;
6. nel caso l'informazione/promozione riguardi un prodotto che rientra in un sistema qualità comunitario per il quale esiste un apposito logo esso appaia sul materiale realizzato.



## ENTITÀ ED INTENSITÀ DEGLI AIUTI



Il sostegno è concesso in forma di contributo a fondo perduto con una intensità di aiuto del 70% del costo totale ammissibile all'aiuto (al netto di IVA).



## DOTAZIONE FINANZIARIA UTILIZZABILE

### FILIERE REGIONALI

<b>CARNI BOVINE</b>	<b>1.000.000</b>
<b>LATTE BOVINO</b>	<b>1.000.000</b>
<b>CARNI SUINE</b>	<b>500.000</b>
<b>PRODUZIONE BIOLOGICA</b>	<b>3.000.000</b>

### FILIERE LOCALI

<b>FILIERE CON FATTURATO &gt; 4 MILIONI DI €</b>	<b>2.500.000</b>
<b>FILIERE CON FATTURATO &gt; 2 MILIONI DI €</b>	<b>500.000</b>
<b>FILIERE CON FATTURATO &gt; 100.000 €</b>	<b>300.000</b>





# DGR 1173 del 26 luglio 2010:

Quadro attuativo della L.R. n. 23/2003

**DOTAZIONE FINANZIARIA €272884035**



- **Iniziative nei punti vendita**
- **Coinvolgimento della GDO**
- **Iniziative dirette presso i consumatori**
- **Realizzazione gadget**
- **Progetto mense**
- **Progetto ristorazione**
- **Rivisitazione sito web**
- **Realizzazione di incontri tecnici sul territorio**
- **Adesione ad AREPO**
- **Altre azioni eventualmente proposte dalla ditta aggiudicataria**



# Quale sviluppo per QM



- ✓ Maggiore diffusione del marchio nei settori già disciplinati
- ✓ Nuovi prodotti da certificare integrando i disciplinari esistenti e approvandone di nuovi
- ✓ Nuovi servizi funzionali alla diffusione dei prodotti QM



## Nei settori già disciplinati...



- ✓ I focus group continuano a riunirsi anche dopo l'approvazione dei disciplinari per monitorarne lo stato di attuazione e individuare eventuali elementi di criticità nella loro applicazione
- ✓ Vengono organizzati incontri tecnici mirati sul territorio con gli operatori potenzialmente interessati al marchio
- ✓ Si cercano sinergie con gli enti locali per creare momenti utili alla divulgazione dei contenuti del marchio
- ✓ Periodicamente vengono organizzate campagne di comunicazione istituzionale
- ✓ I finanziamenti pubblici vengono orientati in funzione del marchio (PSR – filiere di qualità, priorità specifiche)



# I nuovi prodotti



- ✓ Il **settore uova** (il focus group ha già elaborato una proposta di disciplinare che si prevede di approvare entro marzo)
- ✓ Estensione ad **altri prodotti trasformati** (sottoli, marmellate...) del disciplinare ortofrutta sempre basandosi sulle tecniche di produzione integrata
- ✓ Creazione di un disciplinare ad hoc per i **prodotti di seconda trasformazione a base di cereali** (sostitutivi del pane, biscotti e altri prodotti da forno in aggiunta a pane e pasta attualmente inseriti nel disciplinare “cereali”)
- ✓ **Prodotti complessi** che afferiscono a più disciplinari (panino al latte, paste all’uovo ripiene, galantina, cremini)
- ✓ **Prodotti a km zero** (va dimostrata con criteri oggettivi una effettiva riduzione delle emissioni di gas a effetto serra)
- ✓ **Prodotti tradizionali** iscritti nell’elenco regionale



# I nuovi ambiti di applicazione

Qm

QUALITÀ GARANTITA  
DALLE MARCHE



- ✓ La vendita diretta organizzata (regolamentazione della VDO per favorire la filiera corta garantendo lo standard qualitativo del servizio e dei prodotti messi in vendita)
- ✓ Le sagre (fondamentali per la per la valorizzazione dei prodotti tradizionali del territorio; vanno regolamentate per tutelare quelle storiche da quelle prive di qualsiasi ancoraggio alla tradizione)
- ✓ La ristorazione collettiva (le mense, soprattutto quelle scolastiche, possono contribuire in maniera efficace alla veicolazione di informazioni sui prodotti di qualità e alla diffusione del marchio QM)



**Grazie**

**per**

**l'attenzione!**